2015 February Special-2

中小企業経営者と東京海上日動のかけ橋

東京海上日動ＷＩＮクラブ
http://www.tmn-win.com/

日本版クラス・アクションへの対策

「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（消費者裁判手続特例法）」（以下「日本版クラス・アクション」とします）が、平成25年12月11日に法律第96号として公布されました。遅くとも平成28年12月までに施行される予定です。

Ⅰ．制度創設の背景

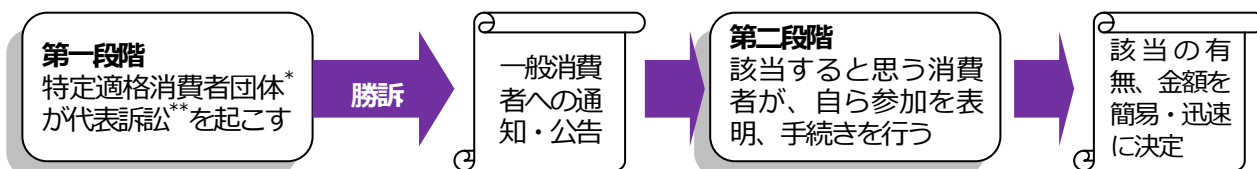
国民生活センターによれば、健康食品・化粧品トラブル、インターネット通販でのトラブル、食品への異物混入、金融商品取引のトラブルなど、日本全国の消費生活相談窓口に2013年度で約93万件の相談が寄せられています。

しかしながら、消費者が個別に返金や損害賠償を求めようとしても、一般に情報量や交渉力の格差などから被害回復のための行動がとりにくく、被害を受けた者の3割以上が誰にも相談せず「泣き寝入り」をしてしまっているといわれています[1]。

このような背景から、個人消費者の財産的被害を回復し、利益の擁護を図ることを目的として、集団訴訟制度である「日本版クラス・アクション」が創設されました。

Ⅱ．日本版クラス・アクションの内容

日本版クラス・アクションは、国が認定した「特定適格消費者団体」が、企業から被害を受けた消費者の代表として裁判を起こせるようにする制度で、2段階の手続きが特徴です。第1段階は消費者団体が企業を相手に訴えを提起し、「事業者が消費者に対し金銭を支払う義務を負うか」が審理されます。第2段階は債権を確定させるための手続きで、「誰にいくら支払うのか」が決まります。消費者団体は、第1段階の裁判で勝訴した後に、個々の被害者に通知をして手続きへの参加を求め、被害者は消費者団体に代理権を与える形で第2段階の手続きに参加し、確定した債権の支払いを受けます（第2段階の手続きに自発的に参加した消費者だけが被害の回復を受けることができます）。被害者は第1段階目の裁判に参加する必要がないので、費用面・手続き面での負担が大幅に軽減されます。

■手続きの流れ

*内閣総理大臣の認定を受けた消費者団体（消費者契約法第2条第4項）。
**事業者が消費者に対し金銭を支払う義務を負うべきことの確認を求める訴え。

[1] 消費者庁「消費者裁判手続特例法 Q&A」Q1 http://www.caa.go.jp/planning/pdf/qa-all.pdf

本制度の対象となる権利は、事業者が消費者に対して負う「金銭の支払義務」であって、次のいずれかに該当する請求とされています。

対象となる請求	例
① 消費者契約に関する契約上の債務の履行の請求	ゴルフ会員権の預り金の返還請求に関する事案
② 消費者契約に関する不当利得に係る請求	学納金返還請求に関する事案
③ 消費者契約に関する契約上の債務の不履行による損害賠償の請求	製品の品質問題に関する事案
④ 消費者契約に関する瑕疵担保責任に基づく損害賠償の請求	マンションの耐震基準未達に関する事案
⑤ 消費者契約に関する不法行為に基づく民法の規定による損害賠償の請求	架空の未公開株取引に関する事案

このように、対象となる請求は「消費者契約に関する」ものに限定されています。また、対象となる損害にいわゆる拡大損害、人身損害、慰謝料、逸失利益は含まれない、懲罰的賠償制度がないなど、米国のクラス・アクション制度とは異なる点が多いことに注意する必要があります。

例えば企業が顧客の個人情報を流出してしまった場合はどうでしょうか。通常は、①～⑤のいずれにも含まれず、被害者は本制度を利用できないと考えられます。ただし、例外として「個人情報の管理や保管」が消費者契約の内容であるならば、消費者契約に債務不履行がある場合の損害賠償として本制度を利用できる可能性があるでしょう。*

欠陥製品による PL 事故の場合はどうでしょうか。欠陥製品そのものの瑕疵担保責任については上記で対象になりますが、欠陥製品によるケガに伴う治療費・休業損害・慰謝料などについての賠償請求は、本制度の対象外となります。*

*「日本版クラス・アクション制度ってなに」（二重橋法律事務所、三宅法律事務所著　中央経済社）より

Ⅲ. 企業への影響

日本版クラス・アクション制度が導入されると、今まで「被害が少額である」「手続きが煩雑・わからない」などから、訴訟を諦めていた多数の被害者が、この制度を利用する可能性があります。また、原告となる消費者団体は被害者に訴訟参加を求めるべく広く通知・公告することになりますので、その過程で企業名が大きく報道されるなど、企業イメージへの悪影響も懸念されます。

Ⅳ. 必要な対策

多数の個人消費者向けの製品やサービスを扱っている企業は、本法律施行前に、消費者トラブルの防止リスクを再度点検し、必要な対策を講じておくべきと考えられます。具体的には、次のような対策が考えられます。

① 消費者との間の契約書の見直し
消費者の権利を制限する不当な契約内容となっていないか？逆に履行が困難な債務を負担していないか？分かりにくい契約書・誤解を招く契約書になっていないか？

② 消費者からの問合せ・クレーム対応のしくみの見直し
特定の原因で複数の問い合わせやクレームをいただいていないか？問い合わせやクレームは増えていないか？問い合わせやクレームには誠実に対応し、経営もその内容を把握する体制が整っているか？

③ リコール対応のしくみの見直し
迅速かつ的確なリコールが行える体制が整っているか？

④ 各種表示物（取扱説明書、カタログ・パンフレット）等の記載内容の見直し
虚偽の説明はないか？消費者に過度の期待を与える内容になっていないか？

いずれにしろこのような制度が創設されることで、消費者にとって訴訟がより身近なものとなり、世間一般の権利意識・賠償観念はますます高まっていくものと考えられます。各種の訴訟対策や賠償責任保険の手配について、再度見直しをされておかれることをお勧めします。